

Monograf



HARGA PEMBELIAN TIKET

ISBN: 978-623-7911-26-5

Holfian Daulat Tambun Saribu,S.E.,M.M

HARGA PEMBELIAN TIKET

Penulis

Holfian Daulat Tambun Saribu, S.E., M.M

Editor

Januardin, S.P., M.M

ISBN

ISBN : **978-623-7911-26-5**

Desain Cover

Januardin, S.P., M.M

Penerbit

Unpri Press

Universitas Prima Indonesia

Redaksi

Jl. Belanga No. 1 Simp. Ayahanda Medan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih karuniaNya sehingga penulis boleh menyelesaikan penyusunan buku monograf ini tepat waktu. Adapun judul dari buku monograf ini adalah **“Pengaruh Harga Tiket dan Penetapan Bagasi Berbayar terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Penerbangan Domestik di Bandara Udara Kualanamu”**

Dalam penyusunan dan penulisan buku monograf ini penulis menerima bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Unpri Press atas penerbitan Buku monograf tersebut.
2. Rektor UNPRI Prof. Dr. Chrismis Novalinda Ginting, M.Kes.
3. Ketua LPPM UNPRI Edy Fachrial, S.Si., M.Si., CIQaR
4. Pemateri Penulisan Buku Monograf Dr. E. Rusiadi, S.E., M.Si., CIQaR., CIQnR
5. Para rekan-rekan Dosen sejawat yang terlibat langsung dalam penyusunan buku monograf ini.

Penulis mengharapkan saran dan kritik yang boleh menambah kemampuan penulis dalam menulis, kiranya buku monograf ini boleh berguna bagi orang yang membacanya.

Medan , 16 Februari 2021

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I. Pendahuluan	
A. Latar Belakang.....	1
B. Pengertian Harga.....	2
C. Teori Harga.....	5
BAB II. Unsur-Unsur Harga	8
BAB III. Faktor-Faktor Harga.....	11
BAB IV. Pengaruh Harga Tiket dan Penetapan Bagasi Berbayar terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Penerbangan Domestik di Bandara Udara Kualanamu.	
A. Pendahuluan	14
B. Landasan Teori	18
C. Metode Penelitian	22
D. Hasil Penelitian.....	27
E. Penutup	36
DAFTAR PUSTAKA.....	38



BAB I

Pendahuluan



Sumber gambar... www.traveloka.com

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010:314).

A. Pengertian Harga

Harga adalah bentuk seberapa besar penilaian seseorang terhadap suatu barang. Harga juga dapat menempatkan posisi suatu barang terhadap tingkat kebutuhan.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010:314).

Harga dapat dipakai untuk mengkomunikasikan penempatan nilai suatu produk untuk merek yang ditawarkan oleh perusahaan pada pasar.

Harga dapat menjadi ukuran nilai kepuasan setiap orang atas suatu produk yang dibeli, dimana mereka akan membayar barang/ produk yang di dapatkannya sesuai dengan nilai kepuasan yang akan di dapatkannya. Besar kecilnya harga yang dibayarkan akan barang/ produk yang mau di beli, disesuaikan dengan tinggi rendahnya kepuasan yang akan mereka dapatkan.

Harga pada dasarnya merupakan alat tukar dan dinyatakan dalam satuan mata uang. Dalam prakteknya nilai dan harga suatu barang/produk ditentukan oleh beberapa faktor; faktor fisik, faktor psikologis dan faktor lain yang berpengaruh dan menjadi pertimbangan dalam menentukan harga, sehingga harga dapat berubah-ubah pada waktu tertentu. Dengan demikian boleh dikatakan kalau harga adalah besar uang yang diperlukan untuk mendapatkan barang atau jasa atau keduanya pada waktu tertentu.

Menurut Kotler dan Keller (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Sebagai alat komunikasi atas posisi nilai yang dimaksudkan oleh perusahaan kepada pasar tentang produk dan mereknya maka unsur-unsur bauran pemasaran yang dimaksud adalah harga, produk, tempat/saluran, dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah 4P (Price(harga), Product(produk), Place(tempat), dan Promotion(promosi)). Harga dalam dalam suatu

badan usaha menghasilkan pendapatan (income) sedangkan produk, tempat/saluran dan promosi menimbulkan biaya yang harus ditanggung. Kalaupun harga adalah sesuatu hal yang menentukan dalam memperoleh keuntungan, kenyataannya masih banyak badan usaha yang masih kurang baik dalam menangani persoalan untuk menetapkan harga suatu barang/pruduk, sehingga keuntungan tidak didapatkan secara maksimal.

Ada beberapa pendapat para ahli terkait tentang harga ; <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-harga/>

1. Kotler dan Armstrong, 2010:314

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Djasmin Saladin, 2001:95

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.

3. Basu Swastha & Irawan, 2005:241

Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang

dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

4. Buchari Alma, 2002 : 125

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang.

5. Henry Simamora, 2002 : 74

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikeluarkan atas sebuah produk atau jasa.

Dari pendapat para ahli diatas dapatlah kita simpulkan bahwa harga adalah nilai pengganti dari produk atau jasa yang kita dapatkan.

B. Teori Harga

Teori harga adalah bagian dari teori ekonomi yang menjelaskan perihal perilaku harga-harga maupun jasa-jasa. Teori harga ini pada dasarnya berisi harga dari suatu barang maupun jasa yang nilainya ditentukan oleh besar kecilnya permintaan dan penawaran.

1. Permintaan

Dalam pemenuhan kebutuhan kehidupan sehari-hari, selaku masyarakat konsumen tentu membeli barang maupun jasa. Besar kecil jumlah barang maupun jasa yang di beli tergantung seberapa

besar kebutuhannya. Jumlah barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, itulah yang disebut dengan permintaan. Tujuan dari permintaan itu sendiri adalah untuk memenuhi kebutuhan yang di butuhkan.

Permintaan tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, akan tetapi juga di pengaruhi oleh kemampuan atau disebut dengan daya beli. Daya beli inilah yang mewujudkan permintaan boleh terealisasi, dengan kata lain permintan untuk sejumlah barang maupun jasa dapat terwujud apabila didukung daya beli konsumen.

Hukum Permintaan

- a. Ketika permintaan meningkat: Jika harga suatu barang turun, maka permintaan akan barang itu akan bertambah.
- b. Ketika permintaan menurun: Jika harga suatu barang naik, maka permintaan akan barang itu akan menurun.

Pada dasarnya hukum permintaan menjelaskan hubungan dalam perubahan harga atas suatu barang maupun jasa terhadap perubahan permintaan atasnya.

2. Penawaran

Penawaran merupakan sejumlah barang maupun jasa yang berada di pasar untuk dijual

dengan harga dan waktu tertentu. Barang maupun jasa ini sudah dipersiapkan untuk diperjual belikan.

Penawaran ini ada biasanya karena adanya permintaan dan diharapkan barang maupun jasa yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Hukum Penawaran

- a. Ketika penawaran meningkat: Jika harga suatu barang tinggi, maka penawaran akan barang itu akan banyak.
- b. Ketika penawaran menurun: Jika harga suatu barang rendah, maka penawaran akan barang itu akan sedikit.

Hukum penawaran menjelaskan keterkaitan tingkatan harga dengan barang maupun jasa yang akan dijual atau ditawarkan.

BAB II

Unsur-unsur Harga

Unsur harga pokok penjualan:

(<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=unsur-unsur+harga>)

A. Persediaan awal barang dagangan.

Persediaan awal barang dagangan adalah persediaan barang di awal periode dalam tahun buku berjalan. Persediaan awal barang dagangan boleh juga merupakan persediaan barang periode sebelumnya yang belum terjual, karena persediaan akhir pada periode tahun berjalan yang belum terjual menjadi persediaan awal untuk periode berikutnya.

B. Pembelian barang dagangan.

Pembelian [barang](#) dagangan ialah kegiatan memperoleh barang dagangan dengan membeli untuk dijual kembali. Pembelian dilakukan dengan secara tunai ataupun secara kredit. Pembelian tunai ialah pembelian barang yang dilakukan dengan pembayaran tunai, sedangkan pembelian kredit adalah pembelian barang dengan pembayaran yang ditangguhkan.

C. Biaya angkut pembelian.

Biaya/ongkos angkut pembelian adalah ongkos dalam mengirimkan barang dagang yang dapat dibebankan kepada si pembeli. Biasanya ongkos angkut sudah ditambahkan dalam faktur pembelian.

D. Retur pembelian dan pengurangan harga.

Retur pembelian dan pengurangan harga, adalah pengembalian barang yang sudah di beli kepada penjual, boleh sebagian atau seluruhnya. Akibat dari pengembalian ini tentu akan terjadi pengurangan harga sesuai kesepakatan dengan penjual.

E. Potongan pembelian.

a. Potongan Pembelan atau sering disebut discount, adalah potongan harga yang diperoleh pembeli dari penjual. Penjual mau memberikan potongan harga karena beberapa alasan sebagai berikut :

b. Pembeli membeli barang dengan tunai dan dalam jumlah yang banyak..

c. Pembeli melunasi hutangnya sebelum jatuh tempo atau sebelum waktu yang ditentukan dalam syarat pembayaran (*term of credit*).

d. Bagi pembeli potongan pembelian ini sangat menguntungkan, karena mendapat potongan harga atau potongan pembelian

(purchase discount), maka jumlah yang dikeluarkan untuk membayar pembelian barang menjadi berkurang..

F. Persediaan akhir barang dagangan.

Persediaan akhir barang dagangan adalah persediaan barang yang tersedia di akhir periode atau pada akhir tahun buku berjalan. Persediaan akhir barang dagangan ini adalah barang dagangan yang tidak terjual pada tahun buku berjalan.

Pada prinsipnya, unsur-unsur harga inilah yang sangat mempengaruhi harga di pasar.

BAB III

Faktor-faktor Harga

Harga jual produk merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan termasuk perusahaan ritel. Dalam penentuan harga harus benar-benar dihitung dan seimbang untuk kebutuhan konsumen. Selain itu, harga jual juga menjadi alat persaingan dengan kompetitor kita.

Harga jual sendiri merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi para konsumen dalam keputusannya untuk membeli suatu produk. Para konsumen pasti akan lebih memilih produk dengan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau. Ingat, harga adalah hal yang sangat sensitif. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat menentukan harga jual produknya dengan tepat, salah dalam penentuan harga maka akan mempengaruhi kondisi perusahaan di masa datang.

Berikut faktor-faktor yang menentukan harga jual suatu produk yaitu:

<https://www.turboly.com/blog/2019/08>

A. Segmentasi Konsumen

Tentukan segmen konsumen yang jadi pelanggan kita. Kelas menengah ke bawah

maupun ke atas. Diusahakan agar harga jual yang ditetapkan dapat dijangkau oleh konsumen dengan kelas ekonomi menengah ke bawah dan menengah ke atas agar terjadi keseimbangan.

B. Harga Kompetitor

Sebelum menetapkan harga jual produk, ada baiknya survey produk dari kompetitor kita. Setelah mengetahui harga jual rata-rata para pesaing tersebut, penjual bisa menentukan harga jual produk yang sama dengan para pesaing atau harga jual produk yang lebih tinggi sedikit namun mengandalkan kualitas yang lebih baik.

C. Biaya produksi

Biaya yang dikeluarkan pada saat produk masih dalam tahap produksi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku produk, biaya tenaga kerja langsung, dan sebagainya.

D. Biaya pemasaran

Biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan atau mempromosikan produk baru sebuah perusahaan.

E. Biaya distribusi

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pengiriman produk dari gudang atau produsen ke toko.

F. Keuntungan dari penjualan produk

Selain itu, ada komponen persentase keuntungan atau laba yang ingin didapatkan atas penjualan produk juga menjadi faktor penting di dalam menentukan harga jual produk hasil produksi. Perhitungan keuntungan yang akan diperoleh harus bisa menjadi profit tersendiri bagi perusahaan agar tetap dapat mengembangkan usahanya.

BAB IV

Pengaruh Harga Tiket dan Penetapan Bagasi Berbayar terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Penerbangan Domestik di Bandara Udara Kualanamu.

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kepulauan yang mana antar setiap daerahnya memiliki jarak yang sangat jauh. Jika setiap daerah tersebut hendak ditempuh dengan menggunakan transportasi darat laut, maka diperlukan waktu ber hari-hari, berminggu-minggu, bahkan berbulan-bulan. Akibat adanya produk pertanian yang akan didistribusikan ke beberapa daerah yang jauh di sana dan akibat adanya mobilisasi kegiatan yang membutuhkan kecepatan waktu, maka diperlukan transportasi yang sangat cepat. Transportasi udara yang dapat menjangkau setiap daerah tersebut dengan cepat, yaitu hanya dengan hitungan jam, misalnya jika hendak melakukan perjalanan dari medan ke jakarta, jika menggunakan transportasi darat atau laut akan membutuhkan waktu selama 3-4 hari, tetapi jika menggunakan transportasi udara, maka hanya memerlukan waktu hanya

sekitar 2 jam. Pesawat terbang merupakan salah satu alat transportasi udara yang banyak digunakan oleh banyak orang untuk bepergian dari satu tempat ke tempat lain dengan waktu yang sangat cepat. Bandar Udara adalah kawasan di daratan atau perairan dengan batas-batas tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar muat barang, dan tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi, yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan penerbangan, serta fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya (Dephub,2019). Bandara udara Kualanamu ini terletak di Kabupaten Deli Serdang, 23 km arah timur dari pusat kota Medan. Bandara ini adalah bandara terbesar ketiga di Indonesia setelah Soekarno—Hatta Jakarta dan yang baru Kertajati di Majalengka Jawa Barat. Lokasi bandara ini merupakan bekas areal perkebunan PT Perkebunan Nusantara II Tanjung Morawa yang terletak di Beringin, Deli Serdang, Sumatra Utara, dikutip dari (Wikipedia, 2018).

Perbandingan harga tiket pesawat antara maskapai Domestik dan non domestik yaitu jika menggunakan perjalanan domestik, maka membutuhkan biaya Rp 4 juta lebih per orang

untuk ke Malang dari Banda Aceh. Sedangkan untuk harga tiket jalur Banda Aceh - Kuala Lumpur - Surabaya dengan maskapai Air Asia harga tiketnya hanya Rp 950.000 per orang, dikutip dari (Tribun, 2019).

Diberlakukakannya bagasi berbayar (tarif bagasi) , yang mana semula maskapai penerbangan domestik tidak mengenakan tarif biaya bagi bagasi penumpang 20 kg ke bawah. DEWASA ini dunia penerbangan nasional dihangatkan dengan isu perlindungan konsumen. Perlahan tapi pasti, jatah bagasi tercatat (checked baggage) seberat 15-20 kilogram untuk rute penerbangan domestik yang semula gratis pada beberapa maskapai dihapuskan. Per-22 Januari 2019, Lion Air dan Wings Air telah menghapuskan. Hanya AirAsia Indonesia yang masih memberikan fasilitas bagasi tercatat gratis, dikutip dari (Kompas.com, 2019) Penumpang pesawat terbang rute domestik pada Februari 2019 sebesar 5,63 juta, anjlok 15,46 persen dibandingkan Januari sebanyak 6,67 juta penumpang. Penurunan penumpang paling tajam terjadi di Bandara Kualanamu, Medan. Penurunan penumpang pesawat juga terjadi secara tahunan. Pada Februari tahun lalu, penumpang pesawat rute domestik

tercatat 6,91 juta penumpang. Dengan demikian, jumlah penumpang domestik tahun ini turun 18,51 persen jika dibanding tahun lalu. Jika dilihat secara kumulatif, maka penumpang pesawat terbang dalam dua bulan pertama 2019 tercatat 12,28 juta penumpang. Angka ini turun 15,38 persen jika dibanding tahun sebelumnya 14,52 juta penumpang. Penurunan pengguna pesawat rute penerbangan domestik ini terlihat di seluruh bandara utama Indonesia. Penurunan paling parah terjadi Bandara Kualanamu, Sumatera Utara. Data Februari menunjukkan penumpang rute penerbangan domestik di Kualanamu hanya 198,9 ribu orang atau menurun 29,17 persen dibanding Januari 280,8 ribu orang. Dengan demikian, secara kumulatif, maka Kualanamu melayani penumpang domestik sebanyak 479,7 ribu orang sepanjang tahun ini. Jumlah ini juga anjlok 27,73 persen dibanding tahun lalu yakni 663,8 ribu orang (BPS, 2019).

Permasalahan yang terjadi adalah 1. harga tiket pesawat maskapai penerbangan domestik (lokal) lebih mahal dibanding dengan maskapai penerbangan non domestik (luar), pada maskapai domestik (lokal) memberlakukan bagasi berbayar (tarif bagasi), dan terjadinya penurunan pembelian

tiket pesawat maskapai penerbangan domestik di bandara udara kualanamu. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah mengkaji dan menganalisis Pengaruh Harga Tiket dan Tarif Bagasi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Maskapai Penerbangan Domestik di Bandara Udara Kualanamu Medan secara parsial dan simultan.

Urgensi dari penelitian ini adalah hendak melihat penyebab keputusan pembelian tiket pesawat maskapai penerbangan domestik di bandara udara kualanamu yang mengalami penurunan.

Spesifikasi khusus dari skema penelitian ini adalah bahwa dengan penelitian ini diharapkan dapat menemukan penyebab pasti terjadinya penurunan pembelian tiket pesawat maskapai penerbangan domestik di bandara udara kualanamu.

B. Landasan Teori

Teori Keputusan pembelian

Menurut Swastha dan Handoko dalam mal dan Mertayasa (2018) Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan

kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.

Menurut Deavaj, et al . dalam Hardiawan (2013:23-24), keputusan pembelian secara online dipengaruhi oleh efisiensi untuk pencarian (waktunya cepat, mudah dalam penggunaan, dan usaha pencarian mudah), value (harga bersaing dan kualitas baik), interaksi (informasi, keamanan, load time, dan navigasi).

Teori Harga Tiket

Harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar (Danang, 2012).

Menurut Tjiptono (2008:152), harga memiliki dua peranan utama dalam mempengaruhi keputusan beli yaitu sebagai peranan alokasi dari harga dimana harga berfungsi dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.

Tiket pesawat merupakan syarat utama yang berlaku dalam penerbangan sehingga seseorang konsumen dapat menikmati penerbangan yang telah disediakan oleh maskapai penerbangan.

Harga setiap tiket pesawat berbeda-beda, tergantung jarak dari asal penerbangan hingga ke tujuan penerbangan atau tergantung jauh dekatnya daerah tujuan penerbangan.

Teori Bagasi Berbayar

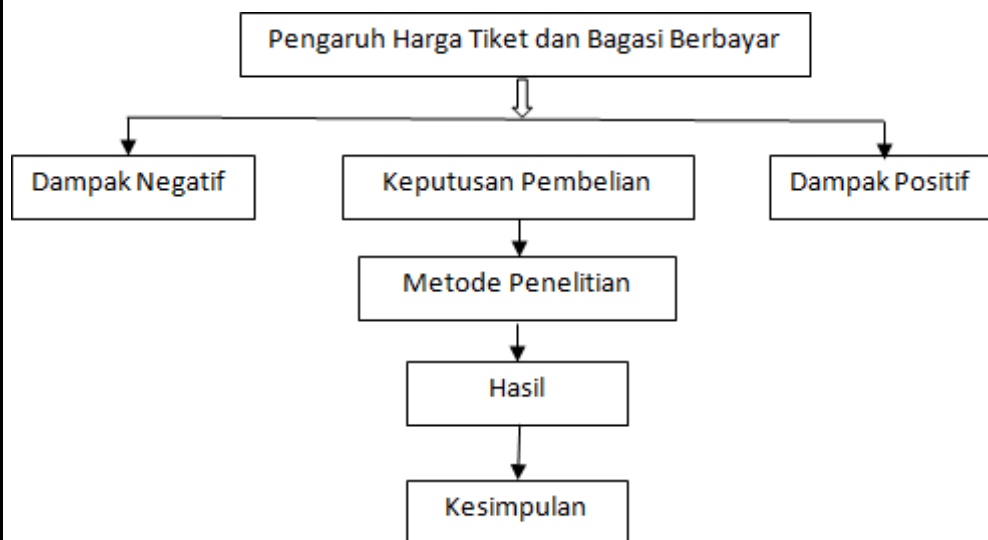
Penetapan bagasi berbayar (tarif bagasi) merupakan diberlakukannya tarif terhadap barang bawaan penumpang yang ditempatkan di bagasi ketika konsumen hendak melakukan penerbangan, dimana selama ini bagasi dengan berat 15-20 kg tidak dikenakan tarif.

Menurut KBBI, 2016, tarif adalah : “(daftar) harga (sewa, ongkos, dsb)” . Menurut Buchari Alma (2007:169) Tarif adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang dan istilah harga yang kita kenal pada umumnya diperusahaan jasa.

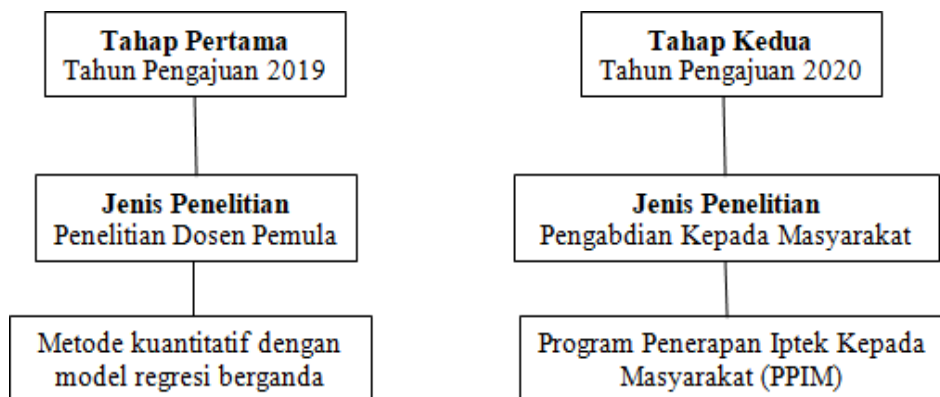
Ditetapkannya bagasi berbayar (tarif bagasi) merupakan suatu kebijakan yang diambil pihak maskapai, namun perlu diingat kebijakan ini nantinya akan sangat mempengaruhi jumlah penumpang pesawat dari maskapai. Menurut Swastha dalam Demetrius dan Kasmiruddin (2013) ada beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam menetapkan tarif (harga) yaitu keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan

perusahaan, pengawasan pemerintah.

Bagan dan Road Map

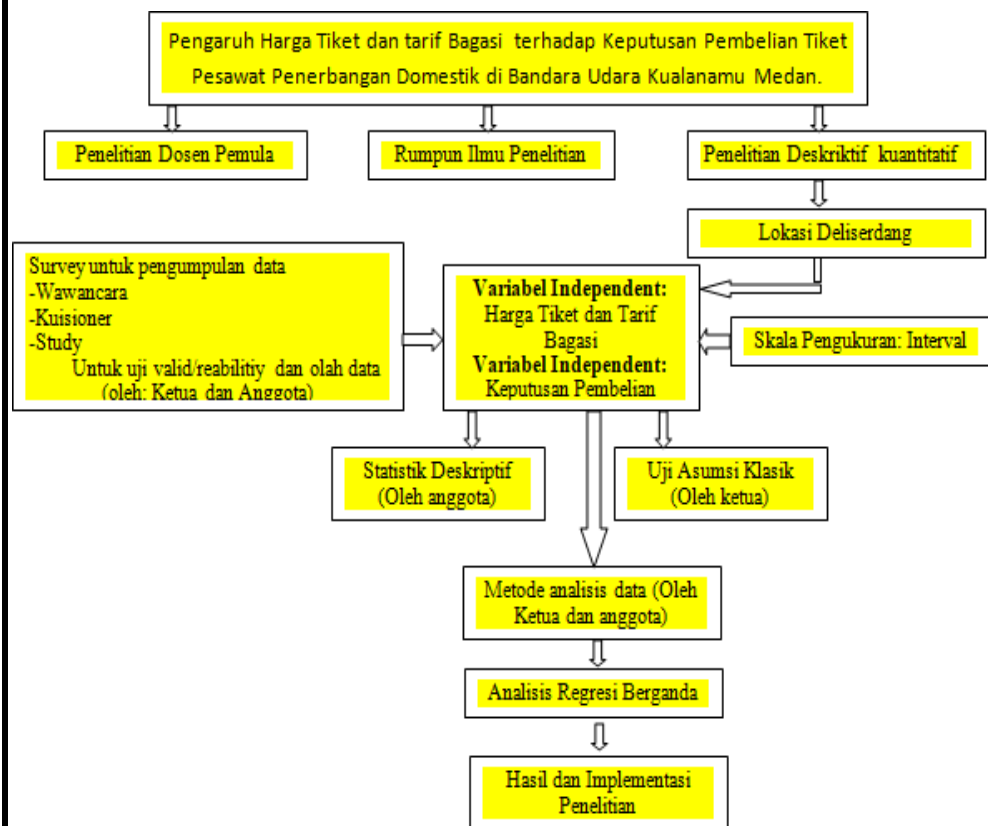


Gambar: Bagan Penelitian



Gambar: Roadmap Penelitian

C. Metode Penelitian



Gambar: Alir Penelitian

Tahapan Alir Penelitian

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di bandara udara kualanamu yang berada di kabupaten deli serdang. Objek penelitian ini adalah jasa penerbangan.

Pendekatan, Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survey. Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian deskriptif kuantitatif yang meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian (Sugiyono, 2010).

Adapun sifat penelitian adalah *explanatory research* Sugiyono (2010) menyatakan bahwa penelitian *explanatory* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna jasa penerbangan di bandara udara kualanamu.

Penarikan sampel menggunakan pendekatan *non-probability sampling*. Menurut Morrisan (2014), jenis *sampling* yang dipilih adalah *accidental sampling* dengan tipe *qualified volunteer sample*, artinya responden yang ditemui oleh peneliti, bersedia secara sukarela menjadi responden dan memenuhi kriteria peneliti sebanyak 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara: Wawancara (*Interview*), Angket (*Questionare*) dan Study.

Jenis Sumber Data

Menurut Sugiyono (2009:193) Pengumpulan dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Untuk sumber data primer diperoleh dengan membagikan kuisioner menggunakan google form (online).

Identifikasi Dan Variabel Penelitian

Identifikasi dan operasional terdapat

variabel dependent yaitu keputusan pembelian (Y),
variabel independen yaitu harga(X1) dan tarif (X2)

Tabel Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian	Skala Pengukuran
Harga (x1)	Harga (price) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2014:169).	Interval
Bagasi berbayar(x2)	Pengenaan tarif terhadap penggunaan bagasi yang selama ini diabaikan	Interval
Keputusan pembelian (y)	Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.	Interval

Uji Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, maka kuesioner yang dijadikan sebagai instrumen pengumpulan data harus diuji terlebih dahulu tentang validitas dan reliabilitasnya

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum, sehingga secara kontekstual dapat lebih mudah dimengerti oleh pembaca.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri uji multikolinieritas, uji heterokedositas, uji auto korelasi, normalitas residual, dan kesalahan spesifikasi (Ghozali dan Ratmono, 2013).

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik dengan menggunakan software EvIEWS 10.

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian diuji adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y	= Keputusan Pembelian	
a	= konstanta	
b ₁ , b ₂	= koefisien regresi X ₁	= Harga
X ₂	= Biaya Bagasi	

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghazali (2013:97) koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.

Uji secara Simultan/Serempak (Uji-F)

Menurut Ghazali (2013) Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (serempak) terhadap variabel terikat.

Uji secara Parsial/Individual (Uji-t)

Menurut Ghazali (2013) Uji parsial atau uji-t adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh secara individu terhadap variabel terikatnya.

D.Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Tabel 1: Karakteristik Responden
berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	55
Perempuan	45
Total	100

Sumber: data diolah, 2020

Dilihat dari tabel 1 diperoleh responden data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan sebanyak 45 responden, dan laki-laki sebanyak 55 responden.

Tabel 2: Karakteristik Responden
Berdasarkan Umur

Jenis Umur	Jumlah
< 20 Tahun	9
20-30 Tahun	24
31-40 Tahun	43
> 40 Tahun	24
Total	100

Sumber: data diolah, 2020

Dilihat dari tabel 2 diperoleh data

karakteristik responden berdasarkan umur yaitu dibawah 20 tahun sebanyak 9 responden, umur 20-30 tahun sebanyak 24 responden, umur 31-40 tahun sebanyak 43 responden, dan diatas umur 40 tahun sebanyak 24 responden.

Tabel 3: Karakteristik Responden
Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah
Dosen	40
Karyawan Swasta	10
Pelajar/Mahasiswa	44
PNS/TNI/PLRI/BUMN	2
Wiraswasta	4
Total	100

Sumber: data diolah, 2020

Dilihat dari tabel 3 diperoleh data karakteristik berdasarkan pekerjaan yaitu dosen sebanyak 40 responden, karyawan swasta sebanyak 10 responden, pelajar/mahasiswa sebanyak 44 responden, PNS/TNI/PLRI/BUMN sebanyak 2 responden, dan wiraswasta sebanyak 4 responden.

Tabel 4: Karakteristik
Responden Berdasarkan
Pendidikan

Jenis Pendidikan	Jumlah
≥ S2	50
S1	22
D3	1
SMA	25
Lainnya	2
Total	100

Sumber: data diolah, 2020

Dilihat dari tabel 4 diperoleh data karakteristik berdasarkan pendidikan yaitu \geq S2 sebanyak 50 responden, S1 sebanyak 22 responden, D3 sebanyak 1 responden, SMA sebanyak 25 responden, dan yang lainnya sebanyak 2 responden.

1. Statistika Deskriptif

Tabel 5: Statistika Deskriptif

	HARGA	BIAYA_BAGASI	KEPUTUSAN _PEMBELIAN
Mean	14.01000	12.87000	16.37000
Median	14.00000	13.00000	16.50000
Maximum	20.00000	20.00000	20.00000

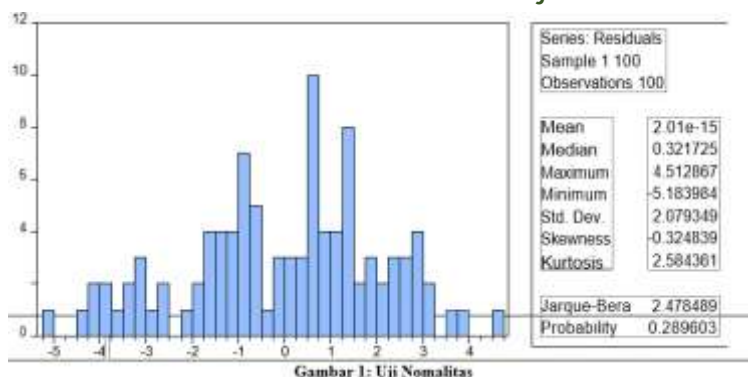
Minimum	4.000000	4.000000	9.000000
Std. Dev.	3.557593	4.237054	2.607894
Skewness	-0.671116	-0.053335	-0.649892
Kurtosis	3.427507	2.210151	3.322078
Jarque-Bera	8.268121	2.646830	7.471558
Probability	0.016018	0.266225	0.023855
Sum	1401.000	1287.000	1637.000
Sum Sq. Dev.	1252.990	1777.310	673.3100
Observations	100	100	100

Sumber: data diloah, 2020

Dari Tabel 5 diperoleh data nilai minimum variabel harga yaitu 4, nilai maksimum yaitu 20, nilai mean yaitu 14, dan standard deviasi yaitu 3,56. Nilai minimum variabel biaya bagasi yaitu 4, nilai maksimum yaitu 20, nilai mean yaitu 12,87, dan standard deviasi yaitu 4,24. Nilai minimum variabel keputusan pembelian yaitu 9, nilai maksimum yaitu 20, nilai mean yaitu 16,37, dan standard deviasi yaitu 2,61.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Dari gambar dapat dilihat probabilitinya 0,29 (29%), yang mana nilai tersebut diatas 5%, maka dikatakan normal.

Uji Heteroskedasticitas

Tabel 6: Uji Heteroskedasticitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	5.525672	Prob. F(2,97)	0.0053	
Obs*R-squared	10.22786	Prob. Chi-Square(2)	0.0060	
Scaled explained SS	8.923857	Prob. Chi-Square(2)	0.0115	
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.201848	0.469137	6.824982	0.0000
HARGA	-0.080016	0.042898	-1.865245	0.0652
BIAYA BAGASI	-0.029788	0.036019	-0.827007	0.4103

Sumber: data diolah,2020

Menurut tabel 6 diperoleh data nilai probability harga 0,065 (6%), Biaya Bagasi 0,41 (41%),dimana nilai tersebut diatas 5%, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi Heteroskedasticitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 7: Uji Multikolinieritas

	HARGA	BIAYA_BAGASI
HARGA	1	0.6621535170246294
BIAYA_BAGASI	0.6621535170246294	1

Sumber: data diolah, 2020.

Dilihat dari tabel 7 diperoleh nilai korelasi variabel harga dengan biaya bagasi yaitu 0,66, nilai korelasi Biaya bagasi dengan harga yaitu 0,66. Dimana jika nilai korelasi antar variabel lebih kecil dari 0,8 maka dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Analisis Data Model Penelitian

Tabel 8: Model Penelitian
DEPENDENT VARIABLE: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

METHOD: LEAST SQUARES SAMPLE: 1 100				
INCLUDED OBSERVATIONS: 100				
VARIABLE	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	PROB
	t			
C	10.57116	0.866064	12.20598	0.0000
HARGA	0.182750	0.079194	2.307641	0.0231
BIAYA_BAGA	0.251632	0.066494	3.78428	0.000

SI

9

3

Sumber: data diolah, 2020

Dari tabel 8 diperoleh model penelitian regresi berganda adalah sebagai berikut ini: $Y = 10,57 + 0,182 \text{ Harga } (x_1) + 0,252 \text{ Biaya Bagasi } (x_2)$

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9: Koefisien Determinasi

Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN
Method: Least Squares
Sample: 1 100

Included observations: 100

R-squared	0.364267	Mean dependent var	16.37000
Adjusted R-squared	0.351159	S.D. dependent var	2.607894
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: data diolah, 2020

Dari tabel 9 diperoleh nilai Adjusted R Square yaitu 0,35 atau yang artinya 35% dari variasi variabel keputusan pembelian (y) dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas yaitu variabel harga dan variabel biaya bagasi, dan sisanya 65% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10: Hasil Uji F

Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN
Method: Least

Squares

Sample: 1 100

Included observations: 100

R-squared	0.364267	Mean dependent var	16.37000
Adjusted R-squared	0.351159	S.D. dependent var	2.607894
S.E. of regression	2.100676	Akaike info criterion	4.351937
Sum squared resid	428.0456	Schwarz criterion	4.430092
Log likelihood	-214.5968	Hannan-Quinn criter.	4.383567
F-statistic	27.78986	Durbin-Watson stat	2.226147
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: data diolah, 2020

Dari tabel 10 diperoleh hasil uji simultan (F-hitung) yaitu 27,789 dan nilai probability yaitu 0,000 yang mana artinya harga dan biaya bagasi berpengaruh positif dan signifikan ($\text{sig} < 0,05$) terhadap keputusan pembelian.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11: Hasil Uji t

Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

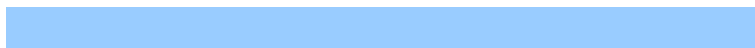
Method: Least

Squares _____

Date: 10/18/20 Time: 02:32

Sample: 1 100

Included observations: 100



Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	10.57116	0.866064	12.20598	0.0000
HARGA	0.182750	0.079194	2.307641	0.0231
BIAYA_BAGASI	0.251632	0.066494	3.784289	0.0003

Sumber: data diobal, 2020

Dari tabel 11 diperoleh nilai t-hitung harga yaitu 2,307 dan nilai signifikan yaitu 0,023, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan ($\text{sig} < 0,05$) terhadap keputusan pembelian Tiket Pesawat Penerbangan Domestik di Bandara Udara Kualanamu.

Dari tabel 11 diperoleh nilai t-hitung biaya bagasi yaitu 3,784 dan nilai signifikan yaitu 0,000, artinya biaya bagasi berpengaruh positif dan signifikan ($\text{sig} < 0,05$) terhadap keputusan pembelian Tiket Pesawat Penerbangan Domestik di Bandara Udara Kualanamu.

E. Penutup

Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat penerbangan domestik di bandara udara kualanamu, secara parsial biaya bagasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat penerbangan

domestik di bandara udara kualanamu, dan secara simultan harga dan biaya bagasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat penerbangan domestik di bandara udara kualanamu.

Dampak dari kenaikan harga dan diberlakukannya bagasi berbayar (biaya bagasi) sampai 20 kg kepada penumpang, membuat penumpang berpikir kembali (melihat keuangan dan urgensi perjalanan) ketika hendak membeli tiket pesawat penerbangan domestik kembali atau penumpang memilih naik bus jika perjalanan hanya disekitar pulau sumatera.

Disarankan kepada maskapai penerbangan agar menganalisis kembali kebijakan yang di berlakukan tersebut, misalnya menaikkan harga tiket dan penetapan biaya bagasi jangan bersamaan (bertahap).

Terima kasih kami ucapkan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (pendanaan tahun 2020) yang telah membiayai penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2010).

Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga.

<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-harga/>

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=unsur-unsur+harga>

<https://www.turboly.com/blog/2019/08/FAKTOR-APA-SAJA-YANG-MEMPENGARUHI-HARGA-JUAL.htm>

Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: penerbit Alfabeta. A, Morissan M. 2014. Metode Penelitian Survei. Cet-2. Jakarta : Kencana
BPS,

Danang Sunyoto. 2012. Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS Dephub, 2019.

http://jdih.dephub.go.id/assets/uudocs/perm-en/2019/PM_39_TAHUN_2019.pdf.

Demetrius dan Kasmiruddin, 2013. Pengaruh Kebijakan Penetapan Tarif Kamar Hotel Terhadap Minat Konsumen. Reporsitory, UNRI.

Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. 2013. Analisis Multivariat dan Ekonometrika, Universitas dipenogoro semarang.

Hardiawan, Ananda Cahya, 2013 “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan kualitas informasi Terhadap Pembelian secara Online. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.

KBBI, 2016. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online] Available at: <http://kbbi.web.id/pusat>, [Diakses 21 Juni 2016].

Kompas, 2019.

<https://ekonomi.kompas.com/read/2019/01/30/083308426/polemik-bagasi-berbayar-di-rute-penerbangan-domestik?page=all>.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran.

Edii13. Jilid 1.

Jakarta:Erlangga.

Sunyoto, Danang. 2012. Dasar-dasar Manajemen
Yogyakarta : PT. Buku Seru.

Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif,
Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan
Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan
R&D. Bandung:Alfabeta

Tribun, 2019.

[https://wow.tribunnews.com/2019/01/12/5-fakta-tiket-pesawat-domestik-lebih-mahal- lihat-beda-harganya-hingga-130-ribu-orang-isi-petisi?page=all](https://wow.tribunnews.com/2019/01/12/5-fakta-tiket-pesawat-domestik-lebih-mahal-lihat-beda-harganya-hingga-130-ribu-orang-isi-petisi?page=all)

Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3,
ANDI: Yogyakarta.

Wikipedia, 2018.

https://id.wikipedia.org/wiki/Bandar_Udara_Internasional_Kualanamu

BIOGRAFI PENULIS



Holfian Daulat Tambun Saribu, S.E., M.M adalah Dosen tetap S1-
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, Medan.
Menyelesaikan Studi S1 dan S2 di Universitas HKBP Nommensen
Medan, pada tahun 2009 dan 2007.

ISBN 978-623-7911-26-5

